

COTELCO: SEGUNDA FASE DEL PLAN DE FORMACIÓN EN LIBRE COMPETENCIA

Marzo de 2026



¿Qué es la libre competencia?

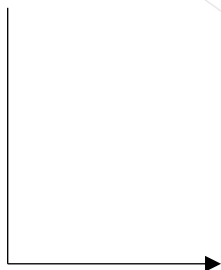
Es un derecho constitucional consagrado en el artículo 333 de la Constitución Política que tiene una doble dimensión: **es un derecho colectivo y también es un derecho individual.**



“La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.”

¿En la práctica esto qué implica?

Libertad y deber de asegurar que los agentes económicos participen en el mercado sin distorsiones artificiales ni prácticas desleales.



¿Esto que implica?

- Actuar independiente en la determinación de precios y estrategias, tomando en cuenta las condiciones reales del mercado
- Actuar leal frente a competidores.



¿Cuáles son los beneficios de la libre competencia?

¿Cuáles son los beneficios para los agentes de mercado?



La libre competencia no es una carga, sino una herramienta para potenciar la innovación

1. Eficiencia y productividad

- Presión competitiva que obliga a optimizar procesos
- Incentivo permanente para mejorar productividad
- Asignación eficiente de recursos hacia usos más rentables y sostenibles

2. Desarrollo

- Estímulo constante para desarrollar nuevos productos, servicios y modelos de negocio
- Diferenciación genuina basada en calidad, experiencia y propuesta de valor

3. Crecimiento: Posibilidad de entrar a nuevos mercados sin barreras artificiales

4. Reputación: Cultura de cumplimiento que atrae clientes y socios



Empresas inteligentes



¿Cuáles son los beneficios de la libre competencia?

¿Cuáles son los beneficios para los consumidores?

“Velar por la observancia de las disposiciones sobre protección de la competencia; atender las reclamaciones o quejas por hechos que pudieren implicar su contravención y dar trámite a aquellas que sean significativas para alcanzar en particular los siguientes propósitos: la libre participación de las empresas en el mercado, **el bienestar de los consumidores** y la eficiencia económica.”



Bienestar del Consumidor

Es el fin último del derecho de la competencia

Precios

Calidad

Variedad

Innovación

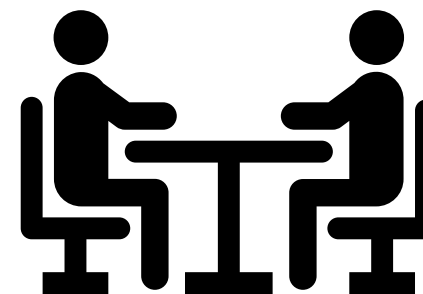


¿Cómo se protege la libre competencia?



Ex-ante (Prevención)

- Abogacía de la competencia
- Control de integraciones empresariales
- Cumplimiento preventivo (*Compliance* en competencia)



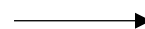


¿Cómo se protege la libre competencia?



Ex-post (Correctivas)

- Investigaciones administrativas donde se identifica la comisión de conductas contrarias al Régimen de Libre y Leal Competencia.



Infractores	Facilitadores
Multas de hasta 100.000 SMLMV	Multas de hasta 2.000 SMLMV



Facultades jurisdiccionales



Competencia desleal



¿Cuál es el estado actual de la libre competencia en Colombia?

Convergencia entre exigencia regulatoria y cultura corporativa de prevención y cumplimiento

Enforcement reforzado sobre sectores estratégicos

- La SIC ha intensificado visitas de inspección, requerimientos de información e investigaciones formales en sectores como infraestructura, salud, tecnología, servicios financieros, consumo masivo y turismo/hospitalidad.
- Mayor capacidad investigativa y sancionatoria, con expedientes de mayor complejidad económica y técnica.

Modelo de cumplimiento y autorregulación

- Interés por desarrollar capacidades sectoriales que permitan una mayor sensibilidad respecto de las normas de libre y leal competencia.
- Impulso institucional a los Programas de Cumplimiento en Competencia (PCC) como mecanismo de mitigación de riesgo.





¿Qué define al mercado de servicios hoteleros?

La transparencia, en el caso de la hotelería, se refiere al grado en que la información relevante sobre precios, disponibilidad, calidad y condiciones de los servicios es accesible, comprensible y verificable tanto para los consumidores como para los competidores y reguladores.

La transparencia no es negativa per se



Pros	Cons
<ul style="list-style-type: none">• Empoderamiento del consumidor – mayor acceso a información, reduciendo asimetrías.• Confianza en el mercado – reducción del riesgo percibido al reservar.• Innovación - Promueve la competencia a partir de factores distintos al precio (calidad del servicio, servicios adicionales, instalaciones, planes de lealtad).	<ul style="list-style-type: none">• Colusión tácita – facilita que los competidores coordinen tarifas sin acuerdo explícito.• Seguimiento a acuerdos – facilita la vigilancia de carteles y permite disciplinar a miembros que se desvíen de lo acordado.• Intercambio de información sensible - facilita el intercambio de información sensible entre competidores.





¿Cuáles son los principales riesgos de competencia en el mercado de servicios hoteleros?

Debido a las características y el funcionamiento del mercado de servicios hoteleros y, en particular, como consecuencia de la transparencia respecto a precios, oferta de servicios y ocupación, los riesgos de competencia más comunes son:





BARRANQUILLA

Teléfono: +57 (605) 3112140
Cra. 53 # 82 – 86
4to Piso.

BOGOTÁ

Teléfono: +57 (601) 3257300
Cra. 7 No. 71-52, Torre A 5to Piso.
Código Postal 110231

MEDELLÍN

Teléfono: +57 (604) 4488435
Cra. 43A # 1 – 50 Torre 2
Oficina 864 8vo Piso, San Fernando Plaza